

УДК 685.341.36+685.34.023

Ринок гумового взуття в Україні: сучасний стан, проблеми та актуальні завдання розвитку

Волошина С.В.

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри економіки
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Проволоцька О.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та підприємництва
Криворізького економічного інституту Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

Козлова В.В.

студентка
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

У статті визначено роль гумового взуття у забезпеченні якості життя населення у всіх сферах його життєдіяльності. Встановлено фактори, які зумовлюють нагальність розвитку вітчизняного ринку гумового взуття. Досліджено сучасні характеристики даного ринку в контексті розвитку внутрішнього ринку взуття загалом. Діагностовано проблематику функціонування ринку гумового взуття. Обґрунтовано завдання перспективного розвитку ринку гумового взуття в Україні у світлі реалізації світових трендів.

Ключові слова: взуття, ринок гумового взуття, характеристики ринку, тенденції розвитку, тренди, проблеми, завдання розвитку.

Волошина С.В., Проволоцька Е.Н., Козлова В.В. РЫНОК РЕЗИНОВОЙ ОБУВИ В УКРАИНЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ РАЗВИТИЯ

В статье определена роль резиновой обуви в обеспечении качества жизни населения во всех сферах его жизнедеятельности. Установлены факторы, обуславливающие необходимость развития отечественного рынка резиновой обуви. Исследованы современные характеристики данного рынка в контексте развития внутреннего рынка обуви в целом. Диагностирована проблематика функционирования рынка резиновой обуви. Обоснованы задания перспективного развития рынка резиновой обуви в Украине в свете реализации мировых трендов.

Ключевые слова: обувь, рынок резиновой обуви, характеристики рынка, тенденции развития, тренды, проблемы, задания развития.

Voloshina S.V., Provolotska O.M., Kozlova V.V. THE RUBBER FOOTWEAR MARKET IN UKRAINE: BASELINE CONDITIONS, PROBLEMS AND ACTUAL TASKS OF DEVELOPMENT

The article defines the role of rubber footwear in ensuring the quality of life of the population in all spheres of its life activity. There are determined the factors dictating the need to develop the domestic market of rubber footwear. The modern characteristics of this market in the context of the development of the domestic footwear market as a whole is researched. Made a diagnosis of the range of problems in functioning of the rubber footwear market. The tasks of the perspective development of the rubber footwear market in Ukraine are substantiated in the view of the realization of world trends.

Keywords: shoes, rubber footwear market, market characteristics, trends, problems, tasks of development.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Взуття належить до життєво важливих товарів, які задовольняють базові матеріальні потреби людства як у побуті, так і у сфері суспільного виробництва, створюючи ефективні та безпечні умови трудової діяльності, а також уважається символом соціального статусу людини, тому стан розвитку ринку взуття

безпосередньо визначає якість життя населення в усіх сферах його діяльності.

Старт у світі шостого технологічного укладу (епохи нано- та клітинних технологій), результати якого спрямовані на зниження енергетичної матеріаломісткості виробництва, став поштовхом для створення нових матеріалів та технологій також у взуттєвому виробництві,

оновлення на цій основі асортименту продукції. Такі процеси призвели до зростання пропозиції гумового взуття з боку відомих світових дизайнерів і компаній, формування ними модних тенденцій у даному сегменті ринку.

Водночас виробництво взуття, будучи одним із найперспективніших у світі за всіх складнощів його організації, у реаліях ведення бізнесу в Україні демонструє довготривалий негативний тренд, а частка гумового взуття вітчизняного виробництва є незначною попри фактори, що мали б сприяти даному процесу (платоспроможність населення, прагнення ним слідувати модним тенденціям, кліматичні умови, стан дорожнього покриття, значна частка сільського населення, обмеженість власної сировинної бази для виробництва шкіряного взуття, світові секторальні тренди у виробництві взуття тощо).

За цих умов зростає наукова і практична нагальність дослідження розвитку ринку гумового взуття в Україні, встановлення проблематики його функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз науково-практичних досліджень і робіток показав зацікавленість учених та бізнес-аналітиків у дослідженні товарних ринків. Проблематика розвитку ринку взуття в Україні в різні часи висвітлювалася в працях багатьох науковців, серед яких: М. Амбарчян, М. Беднарчук, В. Катрич, О. Кобзарь, Н. Омельченко, В. Песоцький, К. Піркович, С. Садловська, М. Скрипник, Н. Уткіна, Ю. Фордзюн, Д. Чалих, Л. Черняк та ін.

Основними об'єктами виконаних досліджень є тенденції розвитку ринку взуття загалом в Україні [1–3], критерії споживчого вибору взуття [4; 5], стан окремих сегментів ринку взуття (зокрема, спортивного, туристичного, взуття для дітей та молоді) тощо. При цьому вивчення ринку гумового взуття представлено поодинокими науковими публікаціями [6] та поточними оглядами аналітиків ринку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Відсторонення українського бізнесу від сучасних тенденцій розвитку світового ринку взуття в частині сегменту гумового взуття, що активно розвивається, та обмеженість у даному предметному просторі наукових досліджень зумовлюють актуальність даної статті та коло завдань, які поставлені до вирішення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є оцінка сучасного стану ринку гумового взуття в Україні в кон-

тексті світових трендів та визначення пріоритетних завдань щодо його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. З давніх часів взуття цінують за його утилітарні (функціональні, тобто захисні) властивості. Однак уже кілька століть вибір споживача здійснюється також з урахуванням естетичних, екологічних, ергономічних вимог та вимог надійності. Причому сучасний розвиток людства свідчить про посилення вимог споживачів до всіх зазначених властивостей і водночас про відсутність домінування якоїсь однієї з них.

Сучасний розвиток матеріалів і технологій виробництва взуття зумовив укрупнений поділ асортименту даного товару на шкіряне, гумове і валяне. В основі такого поділу лежить переважне врахування основних матеріалів для виробництва деталей верху взуття.

Гумовим взуттям вважається такий його вид, який виготовляється з гумових сумішей, полівінілхлориду (ПВХ), поліуретану, поліетилену, нетканих і трикотажних полотен, штучного хутра тощо. До основних властивостей і власне переваг гумового взуття загалом належать водостійкість, зручність, надійність, а також зовнішній вигляд. Причому вагомість останньої властивості в сучасних умовах зростає, що відображається у постійному оновленні асортименту гумового взуття з урахуванням стильової спрямованості, композиційної цілісності, оригінальності фасону і моделі тощо. Водночас продовжується робота й у напрямі розширення функціональних та ергономічних властивостей гумового взуття (захисту від несприятливих для організму людини факторів зовнішнього середовища в будь-яку пору року, зменшення маси взуття, підвищення його гнучкості, гігієнічності тощо), зростання надійності (на основі монолітності конструкції, переважного виготовлення такого взуття із ПВХ) та ін. Однією з важливих переваг гумового взуття для українського споживача слід уважати його невисоку ціну (на відносно прості моделі).

Опрацювання статистичної інформації та висновків аналітиків вітчизняного ринку взуття з фокусуванням уваги на розвитку сектора гумового взуття в нинішньому десятилітті ХХІ ст. дало змогу встановити такі його характеристики:

– висока місткість вітчизняного ринку взуття (близько 120–140 млн. пар) [7], що пояснюється розмірами країни за площею та чисельністю населення, високим освітнім рівнем останнього тощо;

– фактичний рівень споживання взуття на душу населення становить 2,7 пари проти 6–8 пар у країнах ЄС [3];

– у структурі як споживання, так і виробництва домінує шкіряне взуття, частка якого перевищує 98%. Водночас реалізація в країні гумового взуття становить 1,1–1,7 млн. пар [7], або близько 1%. При цьому рівень споживання гумового взуття на душу населення становить 0,02 пари, що є низьким показником з огляду на світовий рівень та тенденції споживання даного товару [8];

– динаміка обсягів роздрібної торгівлі взуттям в Україні в 2011–2016 рр. у порівнянних цінах свідчить про відсутність єдиного тренду зміни попиту, оскільки індекси фізичних обсягів реалізації були нестабільними: у 2011–2012 рр. – щорічне зростання на 13,5%, у 2013 р. – уповільнення приросту до 2,9%, у 2014 р. – прискорене зростання (19,9%), у 2015 р. – падіння попиту на 21,3%, у 2016 р. – зростання на рівні 5,3% [7];

– частка взуття у структурі роздрібного товарообігу в нинішньому столітті є тради-

ційно низькою, причому в 2016 р. вона була найнижчою (1%) [7];

– виробництво взуття в Україні зосереджено у великих містах, які є клієнтоорієнтованими або історично спеціалізованими на даному виді діяльності. За різними оцінками, виробництвом взуття в Україні займаються приблизно 1,5 тис. підприємств [8]. Великі взуттєві фабрики переважно працюють на давальницькій сировині. Водночас багато вітчизняних виробників взуття виокремилися з потужних фабрик та організували невеликі за масштабами діяльності майстерні (ательє);

– на вітчизняному ринку функціонує лише 10 підприємств, які мають різний досвід у виробництві гумового взуття та інших виробів з гуми, переважно маючи організаційно-правову форму господарювання – товариство з обмеженою відповідальністю (табл. 1).

Як видно з інформації табл. 1, в асортименті продукції вітчизняних підприємств переважає гумове спецвзуття (робочі гумові чоботи, напівчоботи та калоші), тоді як асортимент гумового взуття для побутового

Таблиця 1

Вітчизняні виробники гумового взуття

| Підприємство, досвід роботи | Продукція, що виробляється |
|--|---|
| ПАТ «ЕЛПО», м. Київ, досвід роботи – з 1946 р. | Спортивне гумо-текстильне взуття, гумове взуття (калоші ПВХ, калоші ПВХ утеплені, чоботи робочі і рибальські, чоботи із ПВХ, сандалі для басейну), інші товари з гуми |
| ТОВ «СУМИ-СПЕЦОДЯГ», м. Суми, досвід роботи – з 2004 р. | Прогумований одяг, чоботи та черевики, калоші тощо |
| ТОВ «ГАЛВІС», м. Суми, досвід роботи – з 2008 р. | Робоче взуття, гумове взуття, спецодяг, засоби індивідуального захисту тощо |
| ТОВ завод «Полімер», м. Луцьк, досвід роботи – з 1958 р. | Гумове взуття, гумотехнічні вироби побутового та технічного призначення |
| ЗАТ «ЕЛАСТОМЕР», м. Горлівка, досвід роботи – з 1983 р. (працює на тимчасово окупованій території Донецької області) | Формове гумове і полімерне взуття загального та спеціального призначення, гумові суміші, гумово-технічні вироби, інше |
| ТОВ «ЛІТМА», м. Хмельницький, досвід роботи – з 1998 р. | Взуття водонепроникне з верхом із полімерних матеріалів, інше |
| ТОВ «РОЗМА», м. Чернівці, досвід роботи – з 1935 р. | Взуття водонепроникне з верхом із гуми та полімерних матеріалів, гумові суміші, інші вироби з гуми |
| ПП «Кредо», м. Хмельницький | Спецвзуття, гумові чоботи з EVA, зимові калоші, літні сандалі з EVA, сланці тощо |
| ТОВ «ТАЛАНПРОМ» – група підприємств із виробництва спецвзуття і спецодягу, м. Київ, досвід роботи – з 1923 р. | Чоботи робочі загального призначення для різних видів економічної діяльності, калоші гумові, взуття для відпочинку і туризму тощо |
| ТОВ «ЮКОВ ЛТД», м. Київ, торговельні марки: UKOV, KLARK, UKOVEX, досвід роботи – з 2005 р. | Рибальські чоботи, гумові чоботи спеціального призначення, комбінезони з привареними чоботами тощо |

Джерело: складено авторами на основі [8–10]

використання надто обмежений. До того ж багато підприємств, маючи значний виробничий і ринковий досвід, повільно працюють над оновленням асортименту. Невеликі розміри цих підприємств спонукають власників обмежувати операційні витрати, зокрема на розроблення нових видів продукції або ж придбання ліцензій, а також на створення власних сайтів у мережі Інтернет;

– фактичне виробництво взуття в Україні за часів незалежності не має стійких тенденцій, що пов'язано з низькою конкурентоспроможністю вітчизняного взуття. При цьому використання виробничих потужностей діючих вітчизняних взуттєвих підприємств нині становить 10–15%.

Із початком АТО відбулося суттєве скорочення виробництва взуття у східних регіонах України, на які припадало близько 20% ринку взуття [8]. До того ж через розрив господарських зв'язків закритих підприємств східних областей зменшили обсяги виробництва взуття й їхні контрагенти в інших регіонах;

– динаміка виробництва в Україні гумового взуття (рис. 1) майже не відрізняється від загальної ситуації з виробництвом і реалізацією шкіряного взуття. Так, пік виробництва припадає на 2013 р., в якому було виготовлено 1 680 тис. пар. Однак у 2014 р. обсяги знизилися на 22,7%, у 2015 р. – на 11,2% порівняно з попереднім роком і на 31,4% проти 2013 р. За збереження тенденцій першої половини 2017 р. можна очікувати зниження обсягів виробництва до 965,6 тис. пар, або ж на 42,5%, до рівня 2013 р., що відображає найгіршу ситуацію в даному сегменті ринку взуття. Лінія тренду за методом експоненційного згладжування свідчить про стабільно негативну тенденцію скорочення обсягів виробництва з продовженням її у подальші роки;

– обсяг імпорту взуття набагато перевищує обсяг експорту. Цьому сприяли імплементація Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, а також входження до Зони вільної торгівлі з ЄС. Вітчизняні виробники взуття зіткнулися з проблемами, пов'язаними з глобалізацією світової економіки та конкуренцією швидкозростаючих азійських ринків.

Нерівні конкурентні умови на внутрішньому ринку для українських виробників більшою мірою створюють дешеве взуття китайського, турецького і в'єтнамського виробництва низької якості, а також той факт, що до 80% взуття з Азії надходить із заниженою митною вартістю та контрабандно.

У товарній структурі імпорту взуття в Україну найбільшу питому вагу має саме взуття з гуми та полімерних матеріалів (близько 60%) [11].

Україна експортує взуття та його деталі, насамперед, до країн-сусідів: Румунії, Польщі, Угорщини та Російської Федерації. За обсягом експорту лідирує Румунія, куди поставляються переважно деталі взуття. До Італії та Російської Федерації експортується з України шкіряне взуття;

– у сегменті гумового взуття ситуація є подібною, тобто з від'ємним сальдо торговельного балансу (рис. 2). Причому має місце стрімке падіння імпорту, про що свідчить індекс зміни показника в 2015 р. (0,22). Загалом за 2011–2016 рр. обсяги імпорту знизилися на 76,8%. У цей же період обсяги експорту гумового взуття зросли на 19,2%. І хоча відбулося зростання коефіцієнта покриття імпорту експортом з 4,8% у 2011 р. до 24,6% у 2016 р., рівні показника залишаються вкрай низькими.

За умови збереження тенденцій першої половини 2017 р. можна очікувати загалом за рік зростання обсягів імпорту та експорту відповідно на 25,2% і 32,1% до рівня попе-

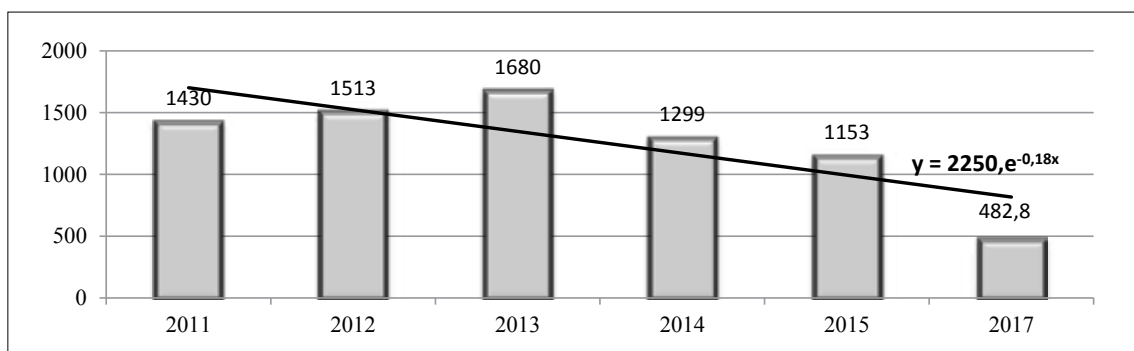


Рис. 1. Динаміка фактичних обсягів виробництва гумового взуття в Україні з 2011 до червня 2017 р. з лінією тренду за методом експоненційного згладжування, тис. пар

Джерело: складено авторами на основі [7]

реднього року за підвищення коефіцієнта покриття імпорту експортом до 26%. Очікувана ситуація буде означати суттєве зростання попиту на імпортне гумове взуття за переорієнтації каналів реалізації взуття вітчизняного виробництва на зовнішній ринок задля забезпечення валютних надходжень.

Лінії тренду за методом експоненційного згладжування відносно імпорту та експорту гумового взуття демонструють збереження негативних для нашої країни тенденцій за умови бездіяльності суб'єктів господарювання усіх економічних рівнів;

– у структурі імпорту гумового взуття (табл. 2) основні надходження забезпечує Китай, який є світовим лідером у сфері взуттєвого виробництва. Частка взуття із цієї кра-

їни у вартісному виразі у першій половині 2017 р. становила 89,8%, а в останньому місяці аналізованого періоду – 89%. Значним постачальником гумового взуття в Україну також є В'єтнам, частки якого у відповідних вимірах становлять 4,2% і 5,2%, що свідчить про поставки більш дешевого взуття. Переважна більшість взуття з гуми або полімерних матеріалів, яка імпортується в Україну, – це спортивне взуття.

У структурі експорту перевага вітчизняними виробниками гумового взуття віддається Польщі – члену ЄС, на яку припадає 75,6% вартості вивезеного товару. Між тим частка поставок до цієї країни в натуральному виразі є значно меншою, що свідчить про відносно високі ціни порівняно з поставками гумового

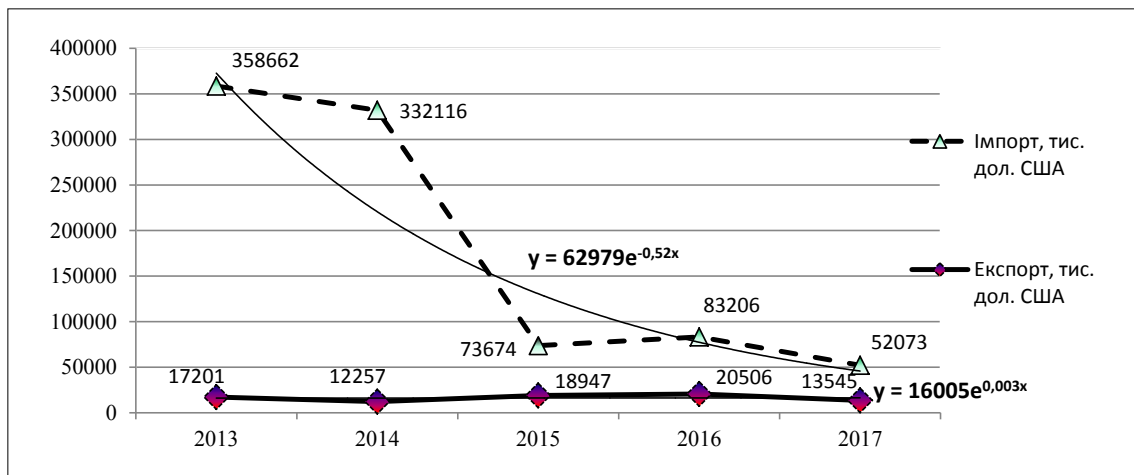


Рис. 2. Динаміка імпорту та експорту гумового взуття з України з 2011 р. до червня 2017 р. із лінією тренду за методом експоненційного згладжування

Джерело: складено авторами на основі [11]

Таблиця 2

Зовнішня торгівля гумовим взуттям в Україні в 2017 р.

| Країна | Імпорт з 01.01.2017 по 31.07.2017 | | | | Експорт з 01.01.2017 по 31.07.2017 | | | | |
|-----------|-------------------------------------|----------------|--|----------------|------------------------------------|-------------------------------------|----------------|--|----------------|
| | у вартісному виразі за увесь період | | у натуральному виразі за останній місяць періоду | | Країна | у вартісному виразі за увесь період | | у натуральному виразі за останній місяць періоду | |
| | тис. дол. США | питома вага, % | тис. пар | питома вага, % | | тис. дол. США | питома вага, % | тис. пар | питома вага, % |
| Китай | 52073 | 89,8 | 7302 | 89,0 | Польща | 13545 | 75,6 | 408 | 45,1 |
| В'єтнам | 2436 | 4,2 | 429 | 5,2 | Російська Федерація | 3128 | 17,5 | 391 | 43,2 |
| Індонезія | 521 | 0,9 | 131 | 1,6 | Молдова | 605 | 3,4 | 50 | 5,5 |
| Інші | 2968 | 5,1 | 347 | 4,2 | Інші | 630 | 3,5 | 56 | 6,2 |
| Разом | 57998 | 100 | 8209 | 100 | Разом | 17908 | 100 | 905 | 100 |

Джерело: складено авторами на основі [11]

взуття, наприклад, до Російської Федерації, де частка в натуральному виразі приблизно однакова з Польщею за значно меншої вартості поставок товару.

Основними проблемами розвитку ринку взуття в Україні загалом та гумового взуття зокрема нині виступають такі, які за рівнем впливу і можливістю реагування доцільно поділити на:

1) проблеми макрорівня:

– високе оподаткування виробничої сфери на фоні періодичних кризових ситуацій у країні різного походження (політичних, економічних, воєнних тощо);

– обмеженість методів і засобів державної підтримки вітчизняного виробника взуття (лізинг обладнання, податкові пільги, пряма фінансова допомога, доступність кредиту);

– зростання валютного курсу, що в умовах необхідності імпорту переважної частини комплектуючих призводить до того, що для збереження обсягів випуску виробники взуття шукають вихід у зниженні якості матеріалів, заміні деталей на дешевші тощо;

– неефективність правової системи ринкового регулювання («тіньова» економіка, диспаритет митних зборів на вході і виході з країни);

– низька платоспроможність споживачів через занижені соціальні стандарти життя в країні, що призводить до звуження місткості внутрішнього споживчого ринку;

– відсутність розвинутої інфраструктури і страхування ризиків для іноземних інвесторів;

2) проблеми мезорівня:

– катастрофічна ситуація із забезпеченням вітчизняних виробників взуття власними матеріалами та клеями. Так, у країні виготовляється лише близько 10% складників (наприклад, цвяхи і супінатори), лиття підошов. При цьому часто порушуються строки поставки деталей та домовленості з якості. Переважно всі комплектуючі імпортуються [8];

– нестача висококваліфікованих кадрів у галузі;

– криза платежів;

– недосконалість системи просування взуття на ринку;

– невисокі дизайнові потужності;

3) проблеми мікрорівня:

– використання застарілого обладнання з низькою продуктивністю (український працівник за добу виготовляє 2–3 пари взуття, тоді як європейський – 7–10) [8];

– технологічне відставання виробництва;

– відсутність належної мотивації персоналу;

– обмежене фінансування професійного розвитку персоналу з боку суб'єктів господарювання;

– відсутність швидкого відгуку на запити споживачів і моди;

– неефективність виробничої, збутової і цінової політики за критеріями якості, ціни та безпеки та ін.

У пошуках умов ефективного розвитку споживчого ринку в Україні за усіма його сегментами прийнято вивчати відповідний передовий досвід і рухатися в напрямі світового прогресу, долаючи на своєму шляху наявні внутрішні проблеми.

У контексті дослідження ринку гумового взуття слід зазначити, що всі сегменти світового ринку взуття за даних умов господарювання є перспективними для ведення бізнесу. Водночас посилення конкуренції і значна орієнтація на диференційовані рівні споживання зумовлюють складність поведінки всіх суб'єктів господарювання на даному ринку.

Для перемоги в конкурентній боротьбі в умовах стрімкого розвитку глобалізаційних процесів провідні виробники взуття вдаються до злиття підприємств за їх спеціалізацією, переорієнтації інвестицій із розвинених країн до регіонів та країн із дешевою робочою силою, переміщення виробництва спортивного та масового взуття в країни, що розвиваються, та ін. [2; 10], а також до постійного розширення й оновлення асортименту продукції та методів роботи зі споживачами.

З огляду на вищезазначене, найбільш значний приріст виробництва взуття загалом та гумового взуття зокрема має місце саме в країнах, що розвиваються, на тлі закономірного зниження обсягів виробництва в Європі й США.

Лідерство Китаю, зокрема у сегменті гумового взуття, забезпечується оптимальним співвідношенням «ціна – якість» і дією цілої низки факторів, серед яких актуальними для України є: висока швидкість виконання замовлення, наявність власної сировинної бази комплектуючих, особливі якості робочої сили (мобільність, гнучкість, акуратність, дисциплінованість тощо), підтримка державою виробників і реалізація заходів щодо розвитку внутрішнього ринку.

Водночас слід відзначити той факт, що країни, що розвиваються, є активними провідниками новітнього асортименту найвідоміших світових брендів гумового взуття, які створюються провідними компаніями економічно розвинутих країн, зокрема: SWIMS

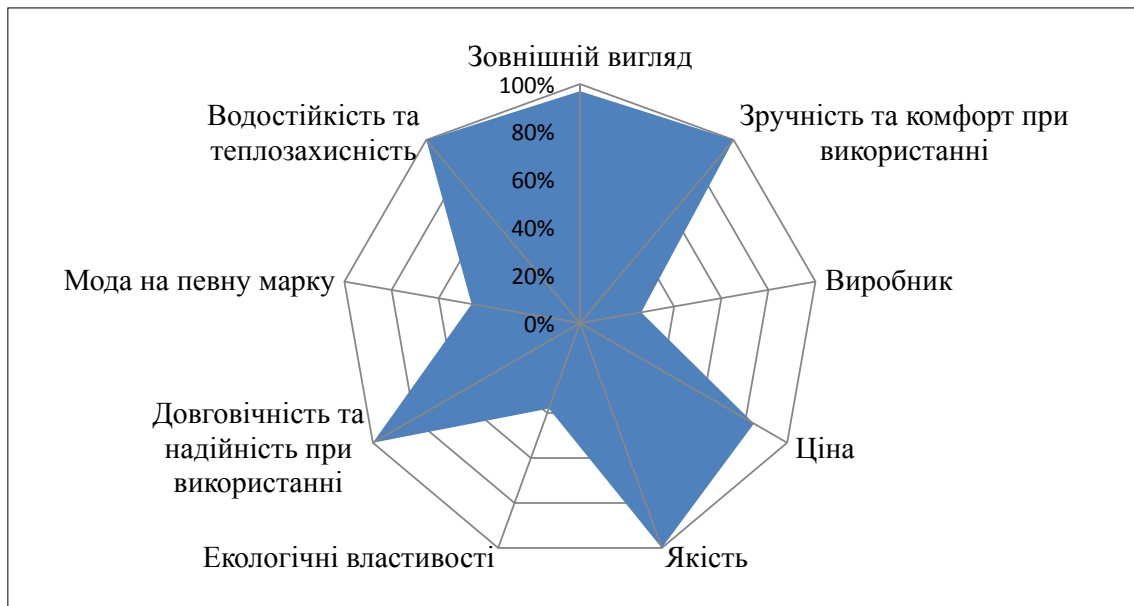


Рис. 3. Критерії споживацького вибору гумового взуття

(Норвегія), Band of Outsiders і Nike (обидві – США), Gianmarco Lorenzi (Італія), DAV, Keddo, Burberry (усі – Велика Британія) та ін. [12]. Зазначені компанії є найбільшими у світі виробниками модельного гумового взуття, яке в сучасному виконанні відрізняється більш вишуканими формами, широкою кольоровою палітрою, декоруванням, а також створенням нових варіантів підошви.

Для отримання актуальної інформації про фактори, які впливають на формування попиту на гумове взуття, та вивчення вимог до цієї продукції, у другому кварталі 2017 р. нами було проведено анкетування мешканців м. Кривий Ріг. Отримані результати представлено на рис. 3.

Визначено, що більшу перевагу сучасні споживачі віддають: зручності та комфорту під час використання, а також якості, довговічності та надійності, водостійкості та теплозахисності; дещо меншим виявився вплив таких факторів, як ціна і зовнішній вигляд.

Висновки з цього дослідження. Отже, розвиток ринку взуття загалом та його сектору гумового взуття зокрема супроводжується наявністю низки спільних проблем: відсутністю власних матеріалів, застарілого обладнання, недосконалої системи просування товару на ринок тощо. Наявність останніх не дає змоги вітчизняним виробникам взуття зайняти значну частку на вітчизняному ринку і розвиватися в напрямі світових трендів, які характеризуються великою динамікою і поси-

ленням вимог до розширення асортименту та підвищення якості даного товару.

Спираючись на отримані у проведеному дослідженні результати, основними завданнями для розвитку ринку гумового взуття в Україні слід уважати:

- державну підтримку вітчизняного товаровиробника для створення конкурентоспроможної продукції за якістю і ціною;
- оновлення обладнання і модернізація технологічних процесів;
- розширення асортиментного ряду гумового взуття з переважною орієнтацією на використання у позавиробничій сфері;
- створення високоякісних, зручних, комфортних, довговічних моделей такого взуття, що будуть упізнаватися споживачами;
- вирішення питання забезпечення взуттєвого виробництва якісними матеріалами, переважно вітчизняного виробництва;
- створення ефективної системи управління людським капіталом на основі посилення мотивації до високопродуктивної праці і розвитку професійних компетентностей у взуттєвому виробництві;
- розроблення і реалізація досконалої системи просування взуття вітчизняного виробництва на внутрішній і зовнішній ринки, у тому числі на основі створення власних сайтів в Інтернеті;
- вивчення світового досвіду на основі створення спільних підприємств або придбання франшизи відомих брендів та ін.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Песоцкий В. Украинский рынок обуви. Развитие, проблемы и перспективы / В. Песоцкий // Финансовый директор. – 2007. – № 11. – С. 24–29.
2. Скрипник М. Розвиток сфер роздрібної торгівлі, експорту та імпорту взуття в Україні у 2011–2014 рр.: аналіз динаміки / М. Скрипник, М. Амбарчян // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2015. – № 4. – С. 128–132.
3. Черняк Л. Тенденції розвитку ринку взуття в Україні / Л. Черняк, К. Піркович // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 77–82.
4. Кобзарь О.П. Аналіз споживчих переваг на українському ринку взуття / О.П. Кобзарь, В.М. Катрич, Д.А. Чалих // Товарознавство та інновації. – 2012. – Вип. 4. – С. 62–73.
5. Фордзюн Ю.І. Комфортність взуття (одягу) з огляду теорії поведінки споживача / Ю.І. Фордзюн // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». – 2017. – Вип. 1. – С. 107–115 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://msu.edu.ua>.
6. Беднарчук М.С. Полімерне взуття – новий товар на ринку / М.С. Беднарчук, С.І. Садловська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://irbis-nbuv.gov.ua>.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Українські виробники взуття [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cherevychky482.com>.
9. Бизнес-Гид [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz-gid.ru>.
10. Підприємства, що займаються виробництвом гумового взуття [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://business-guide.com.ua/enterprises>.
11. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн-контрагентів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ms/f3>.
12. Гумові чоботи бренди та тренди [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.megaladys.com/uk/4641-krasivye-rezinovye-sapogi.html>.